

食品

零食

中秋

# 食品行业月度消费趋势观察

2020年9月

CBN'DATA

第一财经商业数据中心

© 2020 CBNDATA. All rights reserved.

VISIT...

LANZAROTE  
*Caliente*.COM



01

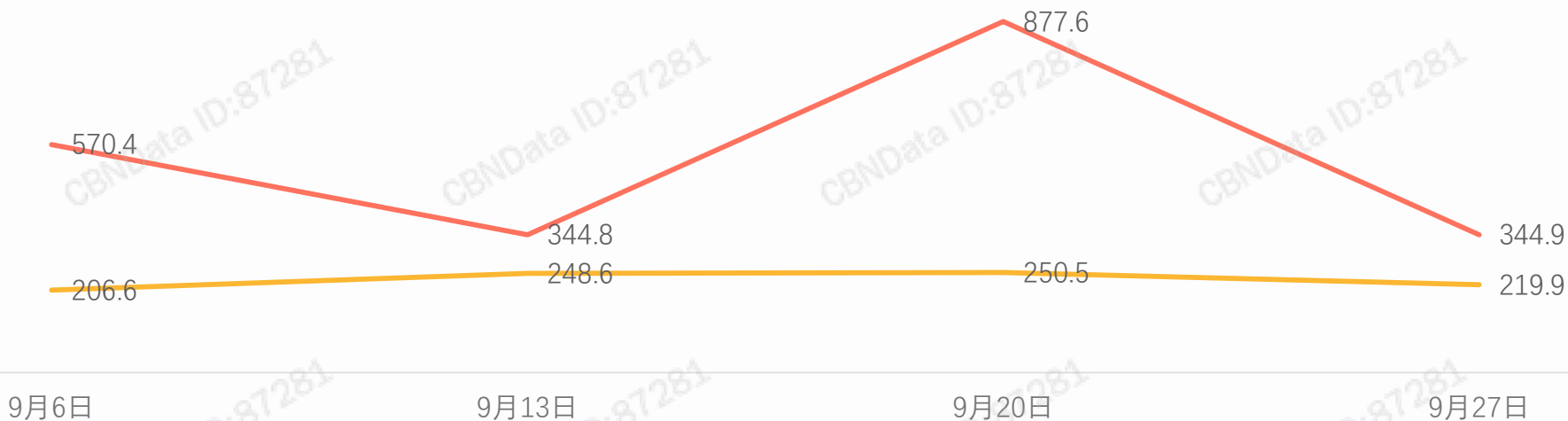
# 行业大盘 月度概览

## 行业大盘 | 随着中秋+国庆双节临近，食品行业在9月第三周达到热度高峰

今年中秋恰逢国庆，正是各大品牌千载难逢的营销好时机。月饼成为9月食品行业的最重要品类之一。许多品牌借助跨界联名等方式，推出独家新品，为品牌带来**声量和销量**的双重爆发。**从天猫数据来看，9月第3周，商家推出最多新品，且消费者对于商品的收藏热情最高。**

9月食品行业人气和焕新指数图

— 人气指数 — 焕新指数

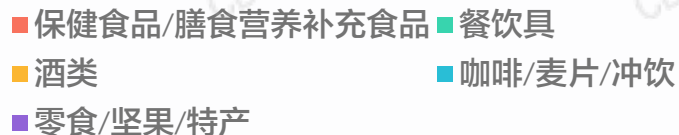


数据来源：CBNDATA行业看板；数据周期：2020.08.31-2020.09.27

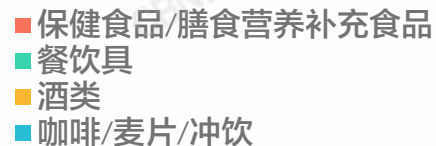
## 热门品类| 中秋临近，零食/坚果/特产成为9月商品收藏热度最高的类目

在食品行业的主要一级类目中，“**餐饮具**”和“**零食/坚果/特产**”类目综合热度最高。在天猫平台上，进入9月，“零食/坚果/特产”始终是每周商品收藏热度最高的子类目。

9月食品行业主要一级类目商品综合热度



9月食品行业主要一级类目商品收藏热度



数据来源：CBNDATA行业看板；数据周期：2020.08.31-2020.09.27

## 热门品类 | 传统的老字号品牌重新焕发生机，成为消费者购买月饼的优先选择

在零食/坚果/特产品类中，国货品牌表现抢眼。值得关注的是，越来越多老字号品牌的身影出现在天猫热度榜单前列。其中，**稻香村食品**首次成为该类目最热门的品牌TOP3；以糕点/点心为主的品牌例如比比赞、好利来、杏花楼、元祖进入前十。

零食/坚果/特产品类9月天猫店铺热度Top10

| 排名 | 店铺       | 店铺综合指数 |
|----|----------|--------|
| 1  | 三只松鼠旗舰店  | 52399  |
| 2  | 稻香村食品旗舰店 | 45170  |
| 3  | 百草味旗舰店   | 44089  |
| 4  | 良品铺子旗舰店  | 44010  |
| 5  | 来伊份官方旗舰店 | 31167  |
| 6  | 费列罗官方旗舰店 | 28913  |
| 7  | 比比赞旗舰店   | 28620  |
| 8  | 好利来官方旗舰店 | 27757  |
| 9  | 杏花楼食品旗舰店 | 25995  |
| 10 | 德芙官方旗舰店  | 24713  |

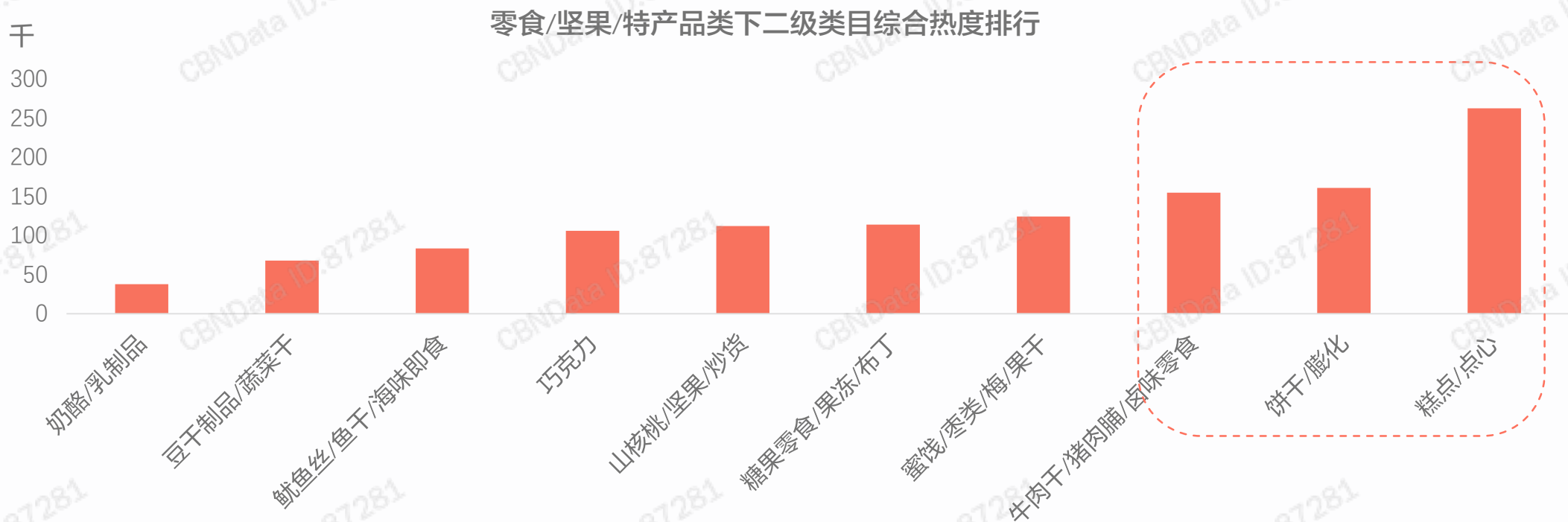
数据来源：CBNData行业看板； 数据周期：2020.09.21-2020.09.27



图片来源：各品牌天猫旗舰店

## 热门品类 | 零食/坚果/特产类目下，糕点/点心类目的市场热度靠前

中秋临近，消费者购买月饼的需求旺盛。热度最高的三大子类目分别是**糕点/点心**、**饼干/膨化**、**牛肉干/猪肉脯/卤味零食**。

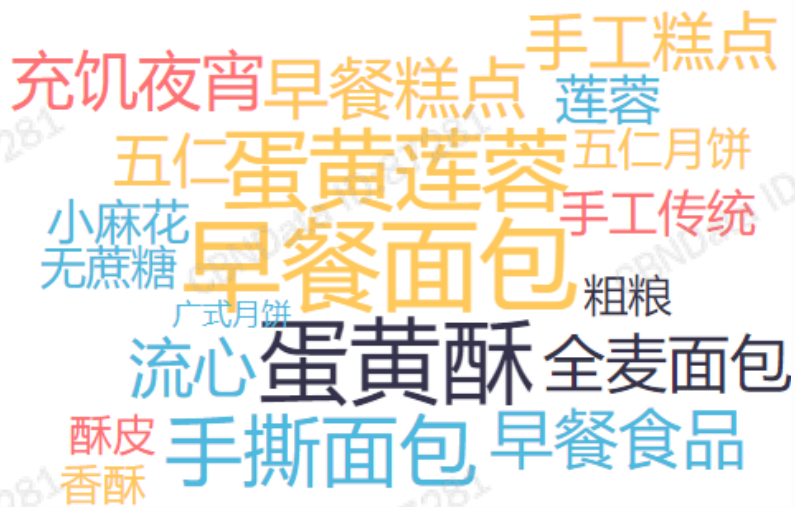


数据来源：CBNDATA行业看板；数据周期：2020.08.31-2020.09.27

## 热门商品 | 健康糕点有潜力成为下一个热门品类

- 从食品形态来看，9月的天猫平台零食品类的热销商品主要是**早餐面包、月饼、酥类**；从口味来看，消费者最喜欢**蛋黄、莲蓉、五仁味的糕点**。
- 糕点类目的商家应留意到消费者对**芝士夹心**口味、碱水包（棒）等的喜爱和**低糖低卡、无油、全麦杂粮、代餐等**健康糕点的巨大需求，**健康糕点有潜力成为下一个热门品类**。

9月糕点/点心最新热门商品词



9月糕点/点心最新热门商品词



数据来源：CBNDATA行业看板；数据周期：2020.08.31-2020.09.27



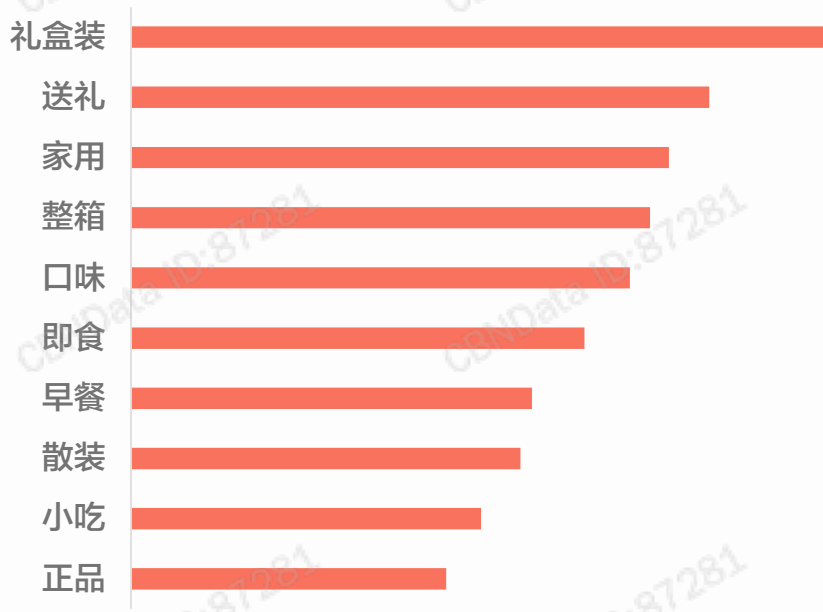
## 新品分析 | 进入9月中下旬，食品的新品销售异常火爆

无论是自用还是送礼，消费者倾向于在节前两周购买品牌的中秋新品。9月食品行业的新品交易最高峰出现在第三周。食品的社交属性越发重要，本月热度最高的新品关键词为**礼盒装**、**送礼**、**家用**。

食品行业9月新品交易指数



食品行业9月热门新品关键词TOP10

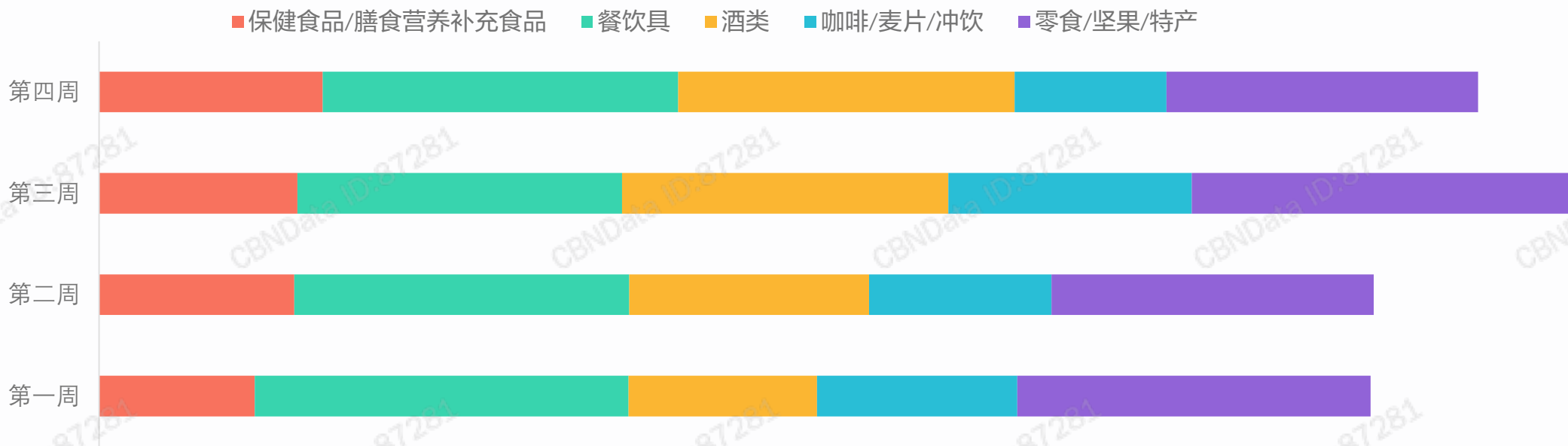


数据来源：CBNDATA行业看板；数据周期：2020.08.31-2020.09.27

## 新品分析 | 重点品类零食/坚果/特产新品销量在第三周达到最高

由于月饼相关的新品销量非常亮眼，**月饼所属的零食/坚果/特产类目**新品交易热度在9月第三周最高；**酒类**的新品销售情况在9月呈现不断上升趋势。

9月食品行业主要一级类目新品交易指数



数据来源：CBNDATA行业看板；数据周期：2020.08.31-2020.09.27

## 新品分析 | 零食、酒类品类分别应重点关注的新品关键词：小吃、进口

零食/坚果/特产品类中，消费者开始关注各类地方特色的小吃新品，购买习惯上更倾向于整箱购买。9月以来，进口、白酒、整箱成为酒类的新品收藏关键词前三名。值得一提的是，食品消费者现在购买新品的心理门槛更低了一一两个一级品类的用户都喜欢整箱购买尝试新品。

9月零食/坚果/特产新品关键词



9月酒类新品关键词



数据来源：CBNDATA行业看板；数据周期：2020.08.31-2020.09.27

## 9月行业重要动态

### 2020年亚洲品牌500强发布，食品饮料行业44个品牌上榜

9月22日，世界品牌实验室主办的“亚洲品牌大会”发布了2020年亚洲品牌500强榜单。共有21个国家和地区的牌入选，中国（包含港澳台）入选的品牌共计210个，占整个亚洲品牌500强的42.0%，位居第一。共有来自金融、传媒、信息技术、食品饮料等在内的42个相关行业的品牌入选。其中食品饮料行业44个品牌上榜，有4个为今年新上榜品牌。**茅台、五粮液、青岛啤酒位列食品饮料行业前三名。**

### 2020全球最具价值食品品牌50强发布，中国共有6个品牌上榜

英国品牌评估机构Brand Finance发布了“2020全球食品和饮料品牌”排行榜(Food & Drink 2020)。50大食品品牌总价值1764亿美元。在50强食品品牌(Food 50)中，雀巢、伊利、泰森名列前三位。**中国上榜的品牌为：伊利、蒙牛、海天、康师傅、统一和旺旺。**其中，伊利超越达能成为世界上最有价值的乳制品品牌，并跃升至食品排名第二位，品牌价值增长13%。雀巢继续蝉联最有价值的食品品牌。

资料来源：FOOD TALKS、Brand Finance



## 9月行业重要动态

### 字节跳动申请注册「ByteCoffee」商标，涉及食品及餐饮业务

据企查查数据显示，北京字节跳动科技有限公司在9月16日申请注册多项“ByteCoffee”商标，目前状态为注册申请中。字节跳动此次申请注册的多项“ByteCoffee”商标国际分类分属“30-方便食品”及“43-餐饮住宿”，其中咖啡类商品属于30类。

资料来源：FOOD TALKS、企查查

## 9月食品行业投融资月报

| 品牌名称          | 投资方             | 融资轮次    | 融资金额     | 品牌介绍        |
|---------------|-----------------|---------|----------|-------------|
| 三顿半           | 红杉资本中国 峰瑞资本     | B轮      | 过亿人民币    | 咖啡生产制造商     |
| 单身粮           | 白象食品            | B轮      | 数千万人民币   | 潮牌社交零食品牌提供商 |
| 连咖啡Coffee Box | 未披露             | 股权融资    |          | 新零售咖啡品牌     |
| 农夫山泉          | 公开上市            | IPO     |          | 饮料产品研发商     |
| 轩妈食品          | 金鼎资本            | A+轮     | 数千万人民币   | 烘焙食品制造商     |
| 鲨鱼菲特          | 梅花创投 不惑创投       | A轮      | 1500万人民币 | 轻卡速食品牌      |
| 汉口二厂          | 顺为资本 亲亲食品       | A+轮     | 过亿人民币    | 食品饮料品牌运营商   |
| 如匠            | 天使投资人王刚等        | Pre-A+轮 | 1500万人民币 | 酱香型白酒品牌     |
| 江小白           | 华兴新经济基金 正心谷资本等  | C轮      |          | 互联网思维的酒类品牌  |
| 小麦欧耶燕麦奶       | 元璟资本            | 天使轮     | 千万级人民币   | 国产植物蛋白饮品品牌  |
| BUFFX         | GGV 红杉资本中国 梅花创投 | Pre-A轮  | 数千万人民币   | 国产功能性食品品牌   |

资料来源：天眼查、36氪、企名片等

02

# 食品品牌 月度营销观察

## 代言营销 | 9月新增18起食品代言，80后明星舆论热度不减

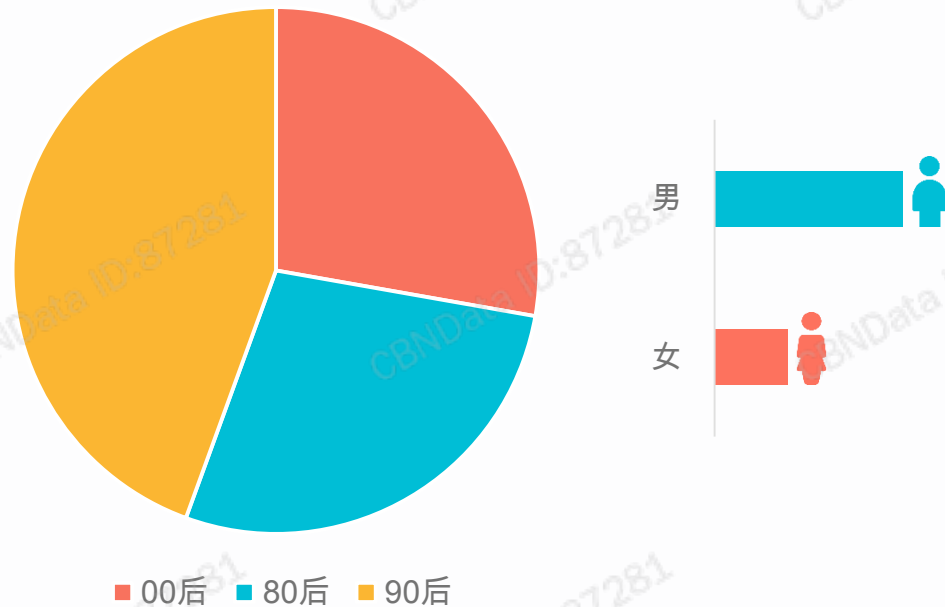
据CBNData星数监测，9月食品领域明星代言共18起，主要为酒水/饮品和休闲零食品牌。在18位获得新代言的明星中，90后明星有9位，80后00后人数相当，总共只有5名女性艺人。其中TOP10榜单中的80后明星共有4人：朱一龙、任嘉伦、岳云鹏、赵又廷。

9月明星代言食品品牌全网舆论热度榜

| 热度排名 | 明星  | 品牌   |
|------|-----|------|
| 1    | 朱一龙 | 农夫山泉 |
| 2    | 何洛洛 | 德亚   |
| 3    | 吴磊  | 二和嫁嫁 |
| 4    | 邓伦  | 好人家  |
| 5    | 焉栩嘉 | 良品铺子 |
| 6    | 任嘉伦 | 洛神山庄 |
| 7    | 丁禹兮 | 蒙牛   |
| 8    | 岳云鹏 | 老乡鸡  |
| 9    | 乃万  | 卡拉宝  |
| 10   | 赵又廷 | 浓遇咖啡 |

数据说明：“全网舆论热度”为明星+代言品牌在全网的讨论声量；数据来源：新浪微博热点

9月新增食品品牌代言的明星人群画像



数据来源：CBNData星数

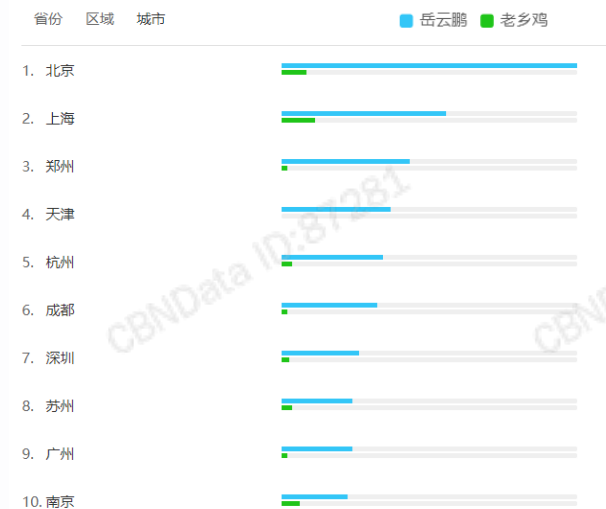


## 代言营销 | 不单是“土味”结合，品牌与明星间的真正契合源于受众群体

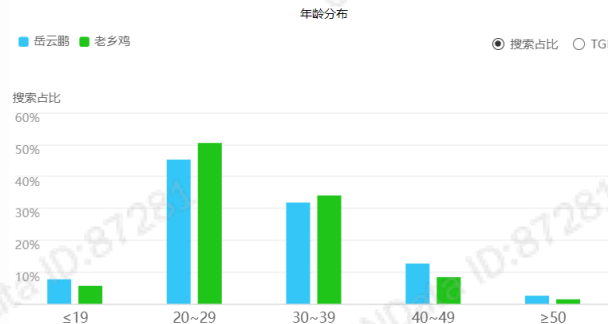
老乡鸡和岳云鹏合作的热度高涨，除了“土味”营销带来的热度以外，也与双方的高契合度有关。老乡鸡在2020年战略发布会上宣布将进军全国市场，涉及北京、上海、广州、深圳、杭州等城市。百度搜索指数显示，岳云鹏的影响力覆盖城市以一线城市为主，与老乡鸡的全国拓展战略不谋而合。从受众年龄层分布来看，双方受众代际层也基本重合。



老乡鸡与岳云鹏的受众地域分布对比



老乡鸡与岳云鹏的受众代际对比



## 代言营销 | 小众食品类目借势流量明星 VS 品牌明星互相借力

以好人家与二和嫁嫁为例，二者都属于烹饪调料。通过观察对比两家官方微博号的线上活动来看，定制明星同款及明星周边，作为粉丝福利，已是标配。同时，两家均发起微博话题征集网友创作原创作品，用以作为二次传播素材，利用粉丝经济增加转化。此外，明星加入直播间带货也成今年新趋势。如良品铺子邀请代言人焉栩嘉加入直播间带货，与其品牌内容社交电商经理进行带货PK，互相借力共同造势。

### 调味食品与流量明星的组合

#### 邓伦&好人家

**活动奖品**

邓伦亲笔签名人形海报\*1  
好人家 X 邓伦限量抱枕\*2

**活动规则**

微博带话题#邓伦的爱恋大餐#，发布你用【好人家手工牛油火锅底料】花式做菜的图片或视频，并@好人家调味，即有机会赢取邓伦周边~

PS：作品中有“喂”邓伦吃饭的动作，可额外加分哦！

#### 吴磊&二和嫁嫁

**活动规则**

9月19日12:26到9月24日12:26期间  
根据9.17吴磊官宣代言二和嫁嫁TVCC宣传片进行原创创作  
带#GET吴磊同款吃酱姿势#  
话题发布微博，并@二和嫁嫁Grandma

**入围方式**

嫁嫁Grandma将会在9月24日选出20份优质作品  
将在这20份作品中选出5份品进行粉丝投票，票数高的5名Top奖  
入选作品将获得入围奖并@二和嫁嫁Grandma的参赛作品取消入围资格

**创作形式可为：**

- 1、手写宣传语创作并拍照上传
- 2、卡通绘画人物形象或小剧场
- 3、制作吴磊的LOGO/截图

(注：创作内容必)

图片来源：品牌微博

### 直播带货PK，品牌与代言人之间互相造力

**良品铺子** V 9月19日 14:10 来自 iPhone 7 已编辑

听说段公子要和嘉哥pk带货👀  
#千万心愿直播#也太精彩了吧👏👏👏  
零食太多不知道选啥？记得看良妹给大家准备的“买买”攻略噢👉  
!! 焉栩嘉超话 想看现场剧透嘛!!  
大声说出你们的心意，良妹给大家探路去👉👉👉

高端零食 炸场来袭  
黄金时段 | 总时长90分钟 | 为段公子打call!

**良品铺子 X 焉栩嘉**

千万心愿 直播12小时送不停

图片来源：品牌微博

## 短视频营销 | 部分品牌官号流量高，明星、品牌IP是主流

近期抖音食品类品牌活跃度最高的TOP3分别是：旺仔、三只松鼠和奥利奥。值得注意的是，双汇通过两个官号的不同定位，打造高流量短视频内容。一个是通过传统的代言人送中秋祝福为主旋律，利用明星效应扩大声量，9月共创造流量106.6万；另一个是通过自有品牌IP形象-酷贝，既讲解了产品的优势特性，作品内容又不失趣味性，单条阅读量29.8万。

食品品牌抖音官方账号活跃度TOP 10

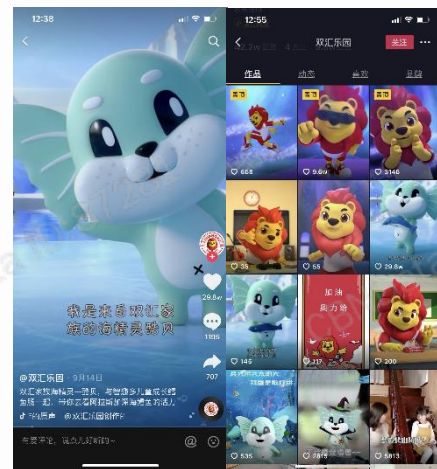
| 排名 | 品牌                   | 账号综合指数 |
|----|----------------------|--------|
| 1  | 旺仔                   | 4098   |
| 2  | Three Squirrels/三只松鼠 | 3484   |
| 3  | 奥利奥                  | 2792   |
| 4  | 双汇                   | 2468   |
| 5  | 双塔                   | 2390   |
| 6  | 唐妖                   | 2151   |
| 7  | 王守义                  | 2130   |
| 8  | 自嗨锅                  | 1960   |
| 9  | 呷哺呷哺                 | 1903   |
| 10 | 卫龙                   | 1837   |

数据来源：CBNDATA消费站行业看板；统计周期：2020.09.21-9.27

双汇的代言人中秋祝福 & 双汇IP动画酷贝和汇汇



账号：食在双汇



账号：双汇乐园

图片来源：卫龙辣条抖音官方账号



## 节点营销 | 老字号积极打开市场，新兴品牌奋力追击

老字号积极打开市场，发力抖音带货渠道。新抖平台数据显示，近一个月抖音平台销量排名前三的月饼品牌分别是：苏州稻香村、五芳斋、金轩宝。其中，真真老老在单个作品的投放效果上，成绩均表现十分突出。相比老字号品牌，个别新兴月饼品牌虽积极发力短视频营销渠道，但因品牌知名度较低，带货效率逊色于老字号品牌。

月饼品牌总销量 TOP10

| 排名 | 商品品牌                | 总销量    | 总关联作品数 | 单个作品产生销量 |
|----|---------------------|--------|--------|----------|
| 1  | 稻香村                 | 527494 | 128    | 4121     |
| 2  | 五芳斋                 | 371390 | 67     | 5543     |
| 3  | 金轩宝                 | 332116 | 63     | 5272     |
| 4  | 知味观                 | 205461 | 12     | 17122    |
| 5  | 华美                  | 179991 | 11     | 16363    |
| 6  | 靓小白                 | 176855 | 7      | 25265    |
| 7  | 臻味                  | 159965 | 9      | 17774    |
| 8  | 真真老老                | 157490 | 2      | 78745    |
| 9  | 西瓜味的童话              | 155952 | 4      | 38988    |
| 10 | ThreeSquirrels/三只松鼠 | 135334 | 4      | 33834    |

月饼品牌总关联作品数 TOP10

| 排名 | 商品品牌        | 总关联作品数 | 总销量    | 单个作品产生销量 |
|----|-------------|--------|--------|----------|
| 1  | 榴芒一刻        | 253    | 75722  | 299      |
| 2  | 稻香村         | 128    | 527494 | 4121     |
| 3  | 最洽          | 77     | 14165  | 184      |
| 4  | 五芳斋         | 67     | 371390 | 5543     |
| 5  | 金轩宝         | 63     | 332116 | 5272     |
| 6  | 台冠          | 62     | 52676  | 850      |
| 7  | 腾誉          | 41     | 9947   | 243      |
| 8  | 妈妈很忙        | 39     | 36866  | 945      |
| 9  | 秋香 (CHOZEN) | 28     | 25190  | 900      |
| 10 | 肥猫馋食        | 21     | 42524  | 2025     |

数据来源：新抖；统计周期：2020.09.15-10.14

大数据 · 全洞察

数据来源：新抖；统计周期：2020.09.15-10.14

## 节点营销 | 月饼跨界IP仍是主流，非食品品牌靠巧思包装博出圈

月饼跨界依旧是今年的主流。王者荣耀将游戏中的元素巧妙地运用在月饼礼盒中；图虫依托平台上的高端视觉版权资源，以名画艺术 IP 为灵感源泉，推出了创意拼图的新玩法。陌陌公司的中秋福利礼盒不仅有月饼，还定制了自动洗手机。

### 月饼品牌跨界IP



图片来源：SocialBeta

### 品牌的中秋创意营销



图片来源：SocialBeta



## 节点营销 | “怪味”月饼受年轻人欢迎，地域改良口味也是畅销款

根据淘宝网畅销月饼榜显示，90%的“怪味”月饼被95后和00后买走。其中，螺蛳粉、辣子鸡、辣条、韭菜、珍珠奶茶口味位列畅销榜前五，螺蛳粉月饼销量大涨700%。该螺蛳粉月饼品牌名为“螺小匠”，今年限量发售1万个礼盒，128元，9月初上线，13天就卖光了。专供盒马的北京二锅头月饼，也是上线20几天就全部售罄。而在长三角地区的盒马专供月饼，特色是富有地域色彩并且采用“包埋技术”的大闸蟹醋爆珠月饼。

螺小匠：螺蛳粉月饼



盒马专供：北京二锅头月饼



盒马专供：大闸蟹鲜肉月饼



图片来源：天下网商



The background of the slide is a dark, textured surface featuring several traditional Mongolian mooncakes. Some are whole with intricate patterns, while others are broken into pieces. There are also wooden molds with various designs, some containing mooncakes, and a small bowl of white powder. The overall aesthetic is traditional and artisanal.

# DATA COVERAGE 数据说明

■ 数据来源：CBNData消费大数据、CBNData星数、新抖、微热点

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。





# COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

■ 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（CBNData）所有。

凡未经CBNData书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯CBNData版权的行为，欧莱雅中国和CBNData将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。



# ABOUT US 关于我们

报告作者：李佳吟 翟丹宁

报告策划：陈琪

报告美化：孙雯宇

联系我们：Data@cbndata.com

商务合作：BD@cbndata.com

加入我们：JOB@cbndata.com

## ■ 第一财经商业数据中心介绍：

关于第一财经商业数据中心（CBNData）是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。



FOLLOW  
US  
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA消费站



CBNDATA微信号





CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据·全洞察